

数字经济背景下电商直播带货农产品现象研究

许小兰

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月24日; 录用日期: 2024年4月10日; 发布日期: 2024年7月23日

摘要

互联网技术的不断发展和进步, 推动着数字经济逐渐发展成为社会经济的主要趋势, 数字经济逐渐成为农村建设、“三农”工作有效开展的主要着力点, 而要解决中国“三农”问题, 振兴乡村是一条必经之路, 因此数字经济在推动乡村振兴战略有效实施过程中发挥着极其重要的作用, 其中成果最突出的就是电商直播带货农产品。本文通过梳理农产品直播带货的相关理论文献和实践成果, 认识到通过直播带货的方式销售农产品符合数字经济背景下的社会发展趋势。但同时, 农村的基础设施、村民的文化素养等能力的不足以及在实践中农产品质量和价格监管、主播素养以及直播平台监管问题等方面带来的掣肘难题仍旧阻碍了农村数字经济的发展。因此, 本文从优化农产品质量监管、建立健全直播平台管理体系和增强网络主播准入的监管等方面提出相关建议, 以突破目前现存困境, 助力农村数字经济发展。

关键词

数字经济, 直播平台规制, 农产品质量监管, 直播全链条监管, 主播准入管理

Research on the Phenomenon of E-Commerce Live Streaming Agricultural Products under the Background of Digital Economy

Xiaolan Xu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 24th, 2024; accepted: Apr. 10th, 2024; published: Jul. 23rd, 2024

Abstract

The continuous development and progress of Internet technology has promoted the digital econ-

omy to gradually develop into the main trend of social economy, and the digital economy has gradually become the main focus of rural construction and the effective development of “three rural areas”, and to solve China’s “three rural areas” problem, revitalizing the countryside is a necessary way, so the digital economy plays an extremely important role in promoting the effective implementation of the rural revitalization strategy, and the most prominent results are e-commerce live streaming agricultural products. By combing through the relevant theoretical literature and practical results of live streaming of agricultural products, this paper recognizes that the sale of agricultural products through live streaming is in line with the social development trend in the context of digital economy. However, at the same time, the lack of rural infrastructure, villagers’ cultural literacy and other capabilities, as well as the constraints caused by the supervision of agricultural product quality and price, anchor literacy and live streaming platform supervision in practice, still hinder the development of the rural digital economy. Therefore, this paper puts forward relevant suggestions from the aspects of optimizing the quality supervision of agricultural products, establishing and improving the management system of live streaming platforms, and strengthening the supervision of online anchor access, so as to break through the current existing difficulties and help the development of rural digital economy.

Keywords

Digital Economy, Regulation of Live Streaming Platforms, Quality Supervision of Agricultural Products, Full-Chain Supervision of Live Broadcasting, Online Anchor Access Management

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

2020年7月,“互联网营销师”职业类别中增设了一个新的职业工种——“直播销售员”,这是直播带货主播首次作为一个新的职业工种出现在公众视野。这一政策调整体现了数字经济背景下社会发展的趋势。随着互联网技术的发展,数字经济逐步向着高质量方向发展前进,其中,电商直播带货农产品是数字经济发展的一大突出成果。我国是农业大国,但是农产品产地集中在农村,而城乡之间的差异导致农产品的供应链存在各种弊端与管理漏洞,给中间的销售商可乘之机,实践中,供销商低价从农民手里收购农产品,高价出售给消费者,既阻碍农户的收入水平增长,又加重了城镇居民的生活负担。2020年疫情突发,农民面临农产品滞留无法出售的困境,这时国家出台一系列相关经济政策,鼓励干部直播带货滞销农产品以及明星、网红等在网络有影响力和号召力的人进行公益直播带货,完美解决因疫情农产品滞销的困境。2022年2月,中央发布文件中提出要实施“数商兴农”工程,进一步推动农村电子商务的发展,完善电商直播带货农产品的规范管理。但对实践中农产品直播带货如何保障农产品的品质、直播平台自身如何完善规范管理以及如何更好连接直播间与供应节点之间全过程的供应链监管等方面的理论研究还相对缺乏。本文通过梳理已有研究成果,探析直播带货现状及其掣肘难题,以期对今后直播带货农产品实践或理论研究提供借鉴和方向参考。

2. 电商直播带货农产品对我国农村经济发展的助益

互联网传播技术的快速发展促进数字经济的发展,同时催生并促进我国农产品行业的现代化发展,通过电商直播带货销售农产品,不仅大大提升农产品的网络零售量,而且在这一过程中促进农产品生产、

农产品运输、农产品品牌建设等方面的提高与发展。与此同时，互联网直播销售农产品的过程对增强城乡经济文化交流、发展乡村人才振兴、鼓励年轻人返乡就业等领域也发挥着重要作用。

2.1. 直播带货提高农产品网络零售额，保障农民收入水平

我国农产品网络零售额从 2016 年的 1589 亿元逐年增长至 2021 年的 4221 亿元，预计 2022 年将突破 4300 亿元(见图 1)¹。电商直播内容传播速度快、传播范围广，不局限于当地市场，且经营成本低，能够拓宽农产品销售渠道，为实现“小农户与大市场”提供了有利条件[1]。这些清晰的数据直观地给我们展示了网络直播带货农产品取得的良好成绩，通过线上直播带货农产品，不仅能够尽量避免农户种植的农产品滞销的现象发生，而且能够弥补生产者与消费者之间的信息差，缩短农户与城镇消费者之间的距离，最大限度避免中间第三方肆意定价，保证农民出售农产品获得利益最大化，同时保护消费者的公平交易权与知情权，降低城镇消费者的购买成本，提升他们的生活水平。

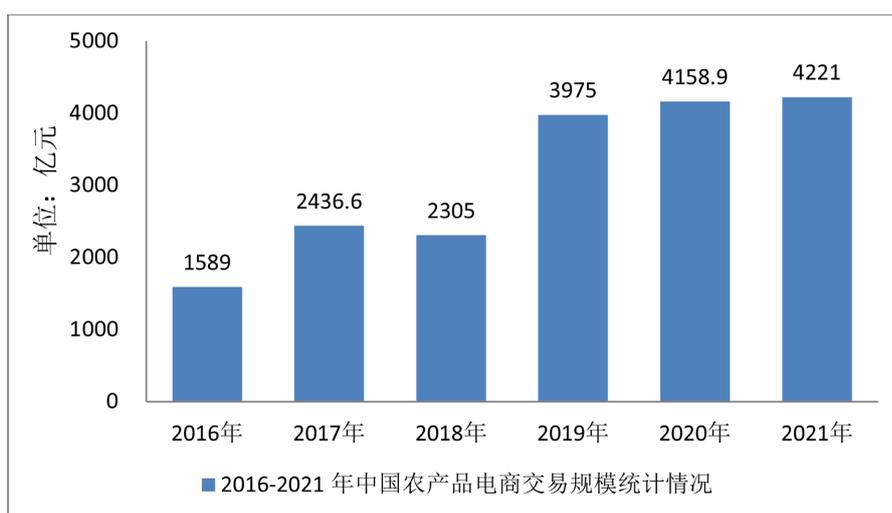


Figure 1. Statistical chart of China's agricultural product e-commerce transaction scale from 2016 to 2021

图 1. 2016~2021 年中国农产品电商交易规模统计图

2.2. 直播带货农产品促进乡村人才振兴

受新冠疫情影响，2020 年滞留家乡的年轻人增多。根据《2021 年全国县域数字农业农村电子商务发展报告》显示：2020 年全国各类返乡入乡创业创新人员达到 1010 万人，比 2019 年增加 160 万人，同比增长 19%；据专家预测，到 2025 年，全国各类返乡入乡创业人员有望达到 1500 万人以上(见图 2)²。外出打工就业的人绝大部分是因为家乡没有或者没有合适的就业岗位才会选择外出求职，而因为疫情原因不得不在家乡的农民如何就业成为一大亟待解决的难题。这时直播带货农产品项目创造了众多就业岗位，及时解决了返乡留乡人员就业难的问题。据数据统计，返乡入乡创业项目中，其中有 55% 运用信息技术开办网店、直播直销、无接触配送等，打造了“网红产品”。这些数据都表明在数字经济背景下，农村数字经济现代化发展的突出成就和重要意义。为了进一步拓宽农村就业创业，发展农村数字经济，2022 年 2 月农业农村部印发的《“十四五”全国农业农村信息化发展规划》提出 2025 年农产品年网络零售额将超过 8000 亿元；同时指出要充实人才队伍。相关经济政策的出台也为农村数字经济的发展提供现实依据，为推动电子商务进乡村过程中可能出现的监管问题和制度规制提供处理依据。

¹注：数据来源于农业农村部网站。

²注：数据来源于中华人民共和国中央人民政府网。

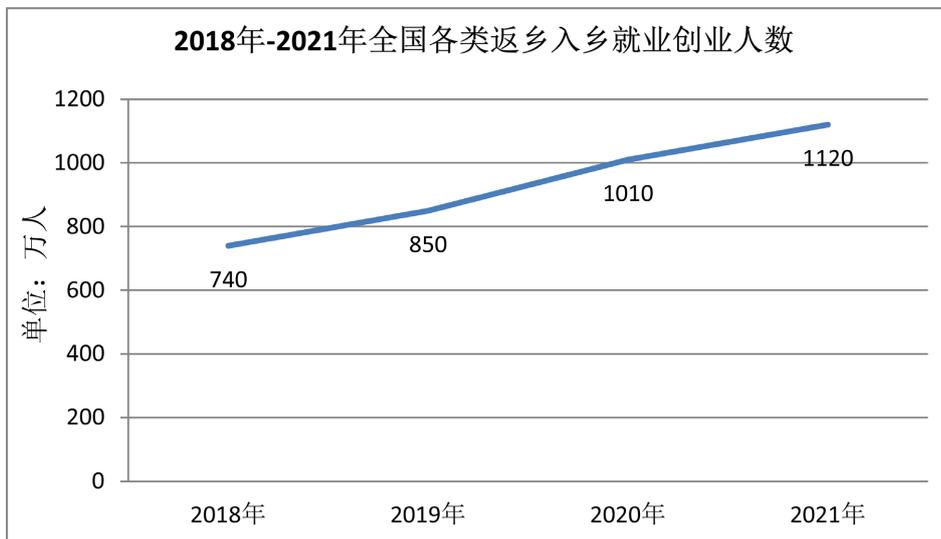


Figure 2. Line chart of the number of people returning to their hometowns for employment and entrepreneurship in China from 2018 to 2021

图 2. 2018~2021 年全国各类返乡入乡就业创业人数折线图

2.3. 直播带货农产品促进城乡经济交流

用线上直播带货的方式来销售农产品，不仅能够促进农村地区经济发展，同时对农村地区文化交流和传播具有促进作用。农产品直播带货，能够在某种程度上促进城乡之间的文化交流，不仅能弘扬农村地区的优秀传统文化或者独具特色的风俗习惯等，而且能够丰富城镇居民的精神生活。用网络直播带货的途径销售农产品能够使农产品售卖获得文化附加值，对促进农产品品牌化发展、构建独特的农产品生产和销售体系，均发挥着重要作用。在原产地进行直播，让观众感受农村美景，可带动乡村旅游业的发展。借助直播带货，实现了统一经营、科学管理，推动了农产品产业转型，产生了巨大经济效益，促进了农业经济可持续发展[2]。总的来说，这是一种经济与文化双赢的发展趋势。

3. 数字经济背景下农产品直播带货面临的主要挑战

在数字经济快速发展的趋势下，直播带货行业中针对农产品行业取得的成果十分突出，但是从整体来看，要实现我国农产品直播带货行业理想化、规范化还道阻且长，目前仍然存在各种管理制度的弊端与行业监管漏洞[3]。在实践中，还存在譬如农产品质量监管不足、线上直播平台管理不够完善以及针对农产品直播带货主播人才准入的监督管理亟待进一步加强等各领域的困境。

3.1. 直播带货农产品的质量监管、价格监管问题亟待完善

从 2020 年开始，直播带货可谓是处于风口，直播带货领域的爆火，一方面带来喜人的成绩，但是另一方面出现诸多直播翻车事件和被处罚案例，如网红直播刷单刷数据、买流量事件、带货产品质量差，比如辛巴直播卖假燕窝事件、还有部分直播间胡乱定价或者进行价格欺诈等，种种农产品直播带货乱象的发生，一方面严重损害了消费者的利益，破坏消费者对直播行业的信任，难以形成持续性消费；另一方面，损害了整个互联网直播带货行业的声誉，阻碍直播行业的持续性发展。农产品的质量参差不齐，特别是直播带货农产品中的散装农产品，由于这类农产品来源的多元化，无论从生产过程还是流通加工环节来看都存在产品分级不严格、品质把控不到位的情况，另外，农产品地域差异和农民对品质过于包容也使得品相较差的农产品流入直播市场[4]。以及由于没有统一的定价标准导致各地农产品由于种种原

因，即使是同种农产品但定价却高低不一，因此导致消费者高价买到低质产品的现象屡屡发生，而这一切都是因为农产品直播带货发展过程中针对农产品的质量、农产品货源以及农产品价格的监管制度不够完善，监督力度不够。

3.2. 农产品带货主播准入制度监管内容亟需完善

直播带货农产品中，消费者最直接接触的就是带货主播，然而主播群体整体素质良莠不齐，部分主播存在直播内容低俗或者宣传形式浮夸的问题，更有甚者在直播带货中为了利益不惜违反道德和法律吸引消费者，触犯法律而不自知。主播素质良莠不齐给消费者带去非常不好的消费体验。这一直播乱象的产生主要是由于互联网直播带货农产品行业对于监督管理主播群体的筛选和准入的相关规范管理制度的制订不够完善具体，导致带货主播准入门槛低，形成一种流量至上的直播环境，只要主播有流量，就无所谓该主播带货过程中是否存在损害消费者的行为，同时，在实践中，相关监管部门未能充分发挥享有的职权，导致对该行业的监督和管理出现松散、混乱的情况。

3.3. 农产品直播带货平台自我监管力度不够

要实现数字经济背景下网络直播农产品这一新兴行业的健康发展，离不开农产品直播带货相关平台的自我规范和管理。然而很多直播平台多多少少都存在监管不严的情形，比如直播平台对自身平台签约的主播监管不严，只看重主播带货的能力，仅仅以一个主播的流量和销售量为依据来评价或考核主播，而不注重直播带货的选品质量、直播间价格监管等会对消费者造成实质性影响的方面；又如直播平台存在对直播销售的农产品品质把关力度不够，导致直播间出售给消费者的农产品质量不一，得不到足够保障；同时，直播平台的相应售后服务管理不够完善。因此农产品直播平台的自我监管制度亟待进一步完善和提高。

3.4. 农产品直播带货过程全链条的监督和管理尚需完善

农产品通过线上带货的方式出售，首先最需要考虑的一个难题就是在保持农产品的新鲜前提下，将农产品及时送到消费者手中，但是相对于较为发达的城市地区而言，农村地区基础设施建设远不如城市，物流体系建设与城市建设相比较也是处于起步阶段，农村地区无论是在互联网等软件建设还是在基础设施等硬件建设方面都还存在一定差距，再加上缺乏系统、科学的电商发展规划和政策扶持，造成农产品的供应、物流、销售等设施方面的发展较为缓慢[5]。产品的包装环节缺乏专业性，运输环节的时效性也难以保障，但农产品的存储条件及时间与产品品质密切相关，物流及配送时间的时效性难以得到保障，将会严重影响农产品的品质[6]。因此常常发生产品本身是优质产品，但因产品在配送过程中出现延误或积压的现象，导致消费者收到的农产品与直播间里主播宣传的产品有出入，口感也达不到预期，消费者因此对直播中购买的农产品的满意度不高。

4. 数字经济下推进农产品直播带货健康发展的建议

4.1. 农产品直播带货应注意质量监管、价格监管问题

直播带货成功后的第一步，就是将质量上乘，符合带货宣传的农产品按时快递到消费者手中。决定消费者后续会不会继续购买该产品的最重要的因素之一是农产品本身的质量问题，因此，在直播带货促销过程中，一定要注重农产品的货源监管，从农产品的选择、包装、储存、运输等各个环节均需要将保障农产品不变质摆在第一位。我国高度重视农产品品质工作，近几年不断出台各种相关政策和文件，其中均会提及农产品生产的质量问题。建议网络直播平台可以建立更完善的监控系统，将从挑选农产品货

源到包装、运输农产品的全过程都纳入严格的监管体系中，以保障各个环节的农产品质量符合标准。同时，相关政府部门以及直播平台要明确规定各农产品的价格[7]。并将定价标准公之于众，杜绝主播带货过程中胡乱定价，实现农产品价格监管。

4.2. 增强直播带货过程供销全链条的监督管理

农产品直播带货想要取得真正的成功依赖于农产品的选品、加工、包装、仓储、物流配送与售后服务等各个方面的成功，观众在直播间下单购买后只能暂时解决农产品的销量问题，而消费者在直播间下单成功后，后续的物流问题及平台和商家保证的售后服务水平等方面的监管和完善则是个更大的挑战。直播带货农产品的各个环节都关乎平台营销策略成功与否以及消费者的切身利益。因此，一方面建议农产品直播平台建立健全产品流通全过程的监管体系[8]。对农产品储存、包装、运输等环节进行跟踪追溯，以确保送到消费者手里的产品是符合顾客要求的；另一方面，要实现直播带货过程中供销全链条的监督管理，还需要政府部门的协助，由政府相关部门进一步强化质量监督和安全管理，及时排查农产品销售、运输过程中存在的安全隐患。

4.3. 加强农产品直播带货主播准入监管力度，保障直播健康发展

针对网络直播带货主播准入的管理，首先需要各大平台提高网络直播带货行业的门槛，不仅要为主播的职业能力严格要求，同时要注重对主播的道德素养和法律常识的培养，要保障自己平台下的主播向观众输出的价值观是正确的，主播带货的产品信息是真实的、准确的，禁止低俗、哗众取宠的营销行为，为消费者营造积极干净的线上购物环境。这就要求政府相关单位、网络直播平台对主播进行专业能力进行培训，提升主播对农产品的了解程度[9]。培训内容应涵盖直播技巧、内容创意、互动沟通、基本的电子商务知识及法律法规等，旨在提升主播的综合素质[10]。其次，可以通过社会监督的途径加强主播的道德水平和职业素养。建议平台制定科学合理的消费者评价机制，将主播的薪酬和业绩与消费者和观众的评价相挂钩，从而使得带货主播更加重视消费者的评价，更好地发挥用户评价的作用，实现社会监督机制[11]。最后，要让最了解产品的人用最自然的方式推销自己的产品，即培育扶持优质草根主播，让农户自己当主播，推销自己种植生产的农产品，这样既能实现农户收入最大化，又能增强消费者的信任，提升买家的消费欲望。

4.4. 建立健全网络直播平台监管体系

要想建立健全网络直播平台监管体系。首先要建立针对直播带货供销全过程的监控系统，建议可以从农产品的选品到验货再到包装，最后到配送的全过程都保证在监控记录的范围内，这样不仅可以实现农产品的质量监管，而且能够使消费者清楚了解农产品的具体情况，增强消费者的购买欲望[12]。其次，在农产品直播带货过程中，平台要加强对主播的监管，对出现违规或违法行为的主播进行合理的处罚。最后，直播平台要以高标准要求自己，要一直优化平台的运营，以提升消费者满足感为中心，不断优化消费者的观看体验。同时要建立完善的售后渠道，为买家提供安全便捷的购买平台。

5. 结语

在国家大力发展数字经济的背景下，网络直播带货销售农产品行业发展越来越快，也越来越全面，国家对电子商务农产品质量安全的监管极度重视。随着科技发展，农产品线上销售的平台和渠道越来越丰富，意味着网络直播农产品质量安全监管范围也越来越广泛，因此对电商农产品监管的要求愈发严格。但是实践中，要实现农产品质量安全问题的解决，不能过度寄希望于农产品生产者或经营散户的自律和自觉，更重要的是要重视相关监管制度安排的制度化、法律化。要完善我国现存的监管模式，不仅要充

分发挥我国政府监管的作用，同时要加强基层监管的执法水平，结合社会监督的加强与完善，才能实现从上至下全面的监管，进而推动我国网络直播农产品质量安全监管发展。

参考文献

- [1] 廖珺瑜, 樊珊杉. 农产品电商直播人才培养的问题与对策——以广西上林县为例[J]. 广东蚕业, 2023, 57(2): 111-113.
- [2] 陈晓宇. 农产品电商直播助推乡村振兴路径探究[J]. 山西农经, 2024(2): 48-50.
- [3] 胡宇晗, 王黎. 乡村振兴背景下农产品直播带货发展问题的思考与对策[J]. 价格理论与实践, 2022(4): 185-188+208.
- [4] 梁若思. 新零售背景下农产品直播带货营销策略研究[J]. 中国集体经济, 2023(36): 77-80.
- [5] 韩迪, 王馨宇. 乡村振兴视域下农产品直播带货的传播机制研究[J]. 传播与版权, 2022(11): 61-63+67.
- [6] 吴玉强. 农产品直播带货的发展背景与优化路径[J]. 南方农机, 2024, 55(2): 127-130.
- [7] 赵树梅, 梁波. 直播带货的特点, 挑战及发展趋势[J]. 中国流通经济, 2021, 35(8): 61-71.
- [8] 来璞. 数字经济背景下农产品直播电商营销策略探究[J]. 商场现代化, 2022(16): 79-81.
- [9] 武梦羽, 朱泳. 数字经济背景下直播电商行业发展研究[J]. 河北企业, 2022(8): 19-21.
- [10] 黄福高, 凌花, 邵敏. 农村电子商务发展视角下的直播电商助农探讨[J]. 农业开发与装备, 2023(12): 59-61.
- [11] 傅泽. 数字经济背景下电商直播农产品带货研究[J]. 农业经济, 2021(1): 137-139.
- [12] 施赵昊, 许鹏程, 尹茂琼. 农产品 + 直播: 农业品牌时代的网络营销路径新探索——以安徽省为例[J]. 安徽农学通报, 2020, 26(10): 1-5.